

УДК 378.14

О.Синенко

aistspfu@gmail.com*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

ФОРМУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ УНІВЕРСИТЕТІВ

В умовах надзвичайно динамічного розвитку економіки наслідком чого є зростання інтелектуальної складової економічних процесів, вітчизняні виши знаходяться в умовах визнання життєвої необхідності посилити теоретичну та практичну підготовку випускників, сформувати в них компетенції, шляхом їх залучення до виконання наукових досліджень, актуальність яких підтверджено шляхом їх комерціалізації. В умовах збільшення конкуренції між вишами наявність таких досліджень є значною конкурентною перевагою в очах абітурієнтів та потенційних роботодавців, як з приватного, так і суспільного секторів економіки. Наукові відкриття у сучасному світі є результатом трансграничної взаємодії науковців різних напрямів досліджень. При цьому вкрай важлива кореляція напрямів досліджень, у тому числі і на рівні особистих контактів, замінити які поки що не в змозі розвиток технологій віртуальної комунікації, оскільки мова йде про досить абстрактні зони взаємної зацікавленості.

Оскільки саме університети призначені стимулювати обмін ідеями між різними дисциплінами, саме вони виконують роль центрів комунікації саме тому інноваційні процеси найчастіше відбуваються саме в його стінах. Університети об'єднують представників різних дисциплін та культур і створюють простір для їх спільної роботи. Студенти з'їжджаються в університет з різних країн світу, вивчають різні предмети та обмінюються ідеями. Їх можна порівняти з бджолами що опилюють квіти [1].

Продовжуючи цю думку, Стів Джобс, засновник і колишній виконавчий директор AppleComputer, Inc., говорив що перші комп'ютери Macintosh були такі добрі тому, що над ними працювали музиканти, поети, художники, зоологи та історики, котрі одночасно були найкращими комп'ютерними інженерами у світі [2].

Слід зауважити, що у цьому напрямку на факультеті економіки та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну справи йдуть не дуже добре. Причин на те багато, серед них найважливіша недостатність знання іноземних мов, але є багато інституційних проблем вирішення яких можливо вже зараз.

Останнім часом комерціалізації наукових досліджень в університетах приділяється багато уваги на сторінках наукових видань друку. Проблема формування інфраструктури проведення наукових досліджень в університетах вивчають

багато науковців, серед яких можна виділити роботи Габовича О., Кузнецова В., Семенова Н., Бахматюк Д., Б. Джозефа Пайна П, Джеймса Гілмора та ін. Аналіз точок зору різних науковців засвідчує, що проблема відірваності наукових досліджень від освітнього процесу – явище розповсюджене в Україні і надзвичайно актуальне. Президент НАПН України, академік В. Г. Кремень на сторінках газети «Дзеркало тижня» висловив думку про необхідність полегшення освіти, її «гуманізації» [3]. Не поділяючи погляди про «прогностичний характер освіти, яка має навчати з випередженням» [3], слід зазначити що в українській науці та освіті ще слід опанувати такі сучасні економічні та наукові течії як економіка вражень та умови та підходи до формування креативного класу в сучасному суспільстві.

Принципово важливим є питання формування моделі функціонування дослідницького університету (так для простоти сприйняття, ми будемо називати віртуальний університет що функціонує на базі реально існуючого КНУТД, у якому зосереджено функціонал виконання наукових досліджень).

В існуючих двох моделях: американській (орієнтований на ринкове регулювання) та європейській (яка досить близька до української і орієнтована на значну підтримку держави).

При існуючій системі, американській науці катастрофічно не вистачає фінансування, що призводить до закриття багатьох напрямків, масових звільнень вчених і фахівців, у тому числі і з постійних позицій в національних лабораторіях, які вважалися недоторканими.

Більша частина фундаментальних досліджень в США зосереджена в національних лабораторіях і університетах. У перших працюють професійні вчені. Це високооплачувані (вже не настільки високо, але все ж і не рівень менеджера в McDonald's) фахівці з гарантованими благами (медичною страховкою на всю сім'ю, пенсією і т. д.). У сьогоднішніх умовах обходяться вони недешево, та й зрештою, наука і не може коштувати копійки. Для підвищення їх ефективності завідувачі лабораторіями часто вимагають від учених написання нескінченних заявок («пропозицій») для виправдання своєї зарплати. Перш ніж витратити два тижні на обрахування будь-якої моделі, вчений змушений написати заявку, щоб виправдати ці два тижні. Заявка повинна пройти нескінченний ряд рук, починаючи від секретарів, які затвердять формат, і

закінчуючи вищим керівництвом лабораторії. Після чого стає золотою. Мало того, що значна частка часу вченого йде на написання непотрібних паперів, з цього годується цілий ланцюжок високооплачуваних бюрократів. Навіть старші колеги вчених змушені витрачати левову частку свого часу на рецензування цих дрібних заявок.

Зазначена система вибудована адміністраторами з метою уникнути відповідальності за можливі невдачі (як же без них, адже якщо ти точно знаєш, що робиш, – це вже не дослідження, а виробництво!) і підтвердити «ефективну» витрату коштів. Зусилля адміністраторів часто призводять до прямо протилежного ефекту – значних перевитрат ресурсів.

Дослідницькі університети США працюють за трохи іншим принципом. Адміністрація університетів розглядає навчальний заклад як корпорацію. Відповідно, головною метою є підвищення прибутковості, що досягається, як і в будь-якій корпорації, підвищенням прибуткової частини і скороченням видаткової. Перша частина задачі виконується запрошенням на роботу професорів, які можуть бути найбільш ефективні в вибиванні грантів на дослідження, бо з кожного гранту адміністрація університету забирає більше половини коштів. Гроші йдуть на підтримку адміністративного апарату, який в більшості американських університетів вже «з'їдає» більше 50 % всього бюджету університету (включаючи гранти, пожертвування, державну підтримку, «ендаументи» і плату за навчання, яка нерідко складає 50-60 тис. дол. на рік з кожного студента).

Як прийнято в ефективній корпорації, для отримання максимального прибутку треба скорочувати вартість виробленої «продукції». Для відпрацювання грантів на їх залишки наймають студентів, аспірантів і т. з. постдоков. Всі вони працюють за копійки (навіть зарплата постдока часто не дотягує до зарплати секретаря в тому ж університеті), вважаються тимчасовими працівниками з неповною зайнятістю і, відповідно, можна не оплачувати за них медичну страховку, не робити пенсійні внески, внески в соціальну страховку і т. д. (винахід Walmart). Університети економлять значні кошти, а тимчасові науковці, відпрацювавши (60-70 годин на тиждень не тільки вітаються, але й очікуються), йдуть в бізнес, фінанси, на допомогу з безробіття, так і не закріпившись в «науковій школі» через відсутність такої.

Модель дослідницького університету, яка відокремлює фундаментальні дослідження від ринку, не тільки політизує науку, а й безглузда в комерційному плані. У XIX ст. у Франції і Німеччині не було ринкової економіки, тому створення там державних університетів спочатку, можливо, і було виправдано – адже вони долучали людей до культури, – але збереження цих установ з їх етикою «абстрактної» науки, ймовірно, в

кінцевому підсумку сприяло формування на континенті «анти комерційної» культури. Слід відзначити, що перша в світі венчурна інвестиційна компанія була створена саме в США в 1946 р. – мета цієї фірми під назвою American Research and Development якраз і полягала в просуванні на ринок створюваних в університетах технологій. Отже ми бачимо, що вже через п'ять років після того, як американська держава спотворила дію ринкового механізму, направивши наукові дослідження не в те русло, виникли інститути, покликані скорегувати ситуацію. Однак в континентальній Європі XIX-XX ст., та й в Британії після 1919 р., подібної комерційної коректувальної активності не спостерігалось [6].

Особливого значення сьогодні набуває поглиблення співпраці освітян і роботодавців у кореляції їх інтересів та бізнесів. Бізнесом університетів є підготовка фахівців більш дешево та ефективно, ніж це робить бізнесмен, до переліку завдань якого таке не входить, і він готовий віддати його на аутсорсинг. Основна вимога роботодавця до майбутнього фахівця проста: швидке включення у бізнес діяльність, усе інше від лукавого.

Саме тому творці економіки вражень Б. Джозеф Пайн II і Джеймс Гілмор спільно заснували компанію Strategic Horizons LLP, головний офіс якої знаходиться в Аврорі, штат Огайо. Це студія креативного мислення, яка покликана допомогти компаніям підвищити цінність їх економічної пропозиції. Вона працює з управлінськими командами, щоб розповісти їм про сутність економіки вражень і допомогти їм знайти в ній своє місце (це може бути постановка вражень, супроводження трансформацій, або масова персоналізація будь-якої економічної пропозиції).

Нажаль, поточна ситуація в українських університетах потребує здійснення базових кроків у визначення моделі комерціалізації результатів наукових досліджень і тільки потім перейти до економіки вражень.

Література

1. Тина Силиг. Разрыв шаблона: Как находить и воплощать прорывные идеи. Пер. С англ. Иделии Айзатуловой М.: Манн, Иванов и Фербер.- 2015.
2. AnnaLee Saxenian, Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128 (Cambridge, MA: Harvard University Press, 2006)
3. Кремень В. Г. Чому ми бідні, якщо такі освічені. Газета «Дзеркало тижня», від 20.02.2015. №6 – К. 2015. – С. 14.
4. Українська наука / О. Габович, В. Кузнецов. Журнал «Економіст», 2008, 1: 60-71.
5. Хоружий Г. Студентоцентризм як принцип академічної культури // Вища школа, №4, 2012. – К. 2012. – С. 7-24.
6. Омар Аль-Убайди, Теренс Кили. Should Governments Fund Science? // IEA Economic Affairs, September 2000.